

ФІЩУК ТЕТЯНА,  
Науковий керівник:  
к.е.н., ст. викладач Мосійчук І.В.  
ЖДУ ім. Івана Франка

## ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА

Імідж – це образ, який ви свідомо створюєте для оточуючих. У артистів, співаків чи політиків навіть є власні іміджмейкери, які працюють над створенням потрібного образу. Правильно сформований імідж допомагає викликати в людей позитивне враження про вас як про керівника, прислухатися до ваших прохань і побажань, вести відкритий діалог.

Кожен знає, що перше враження обумовлено характеристиками особистості. Мова йде про зовнішньому вигляді, манері розмовляти, характер прийняття рішень, темперамент людини, словом-про все, що визначає вашу яскраву індивідуальність. Деякі керівники нехтують цієї складової іміджу, однак не забувайте, що перше враження часто найсильніше.

Другим компонентом образу є цінності, спираючись на які, ви приймаєте рішення. Наприклад, якщо керівник у главу кута ставить отримання вигоди будь-якими способами, то він буде суворіше ставитися до підлеглих, змушувати їх працювати понаднормово і позбавляти премій. Для більш демократичного керівника важливою цінністю є підтримка з співробітниками дружніх відносин, тому він не буде ставитися до них з надмірною суворістю, а підлеглі, у свою чергу, підтримають такого боса в складних ситуаціях, затримуючись на роботі за власною ініціативою [1].

Будь-який керівник повинен мати уявлення про те, чого він хоче домогтися, займаючи свою посаду, і яким він хотів би бачити підприємство в майбутньому, цю складову можна назвати особистою місією.

Останнім компонентом іміджу є статус керівника, який визначається походженням, рівнем забезпеченості, а також тим, наскільки високу посаду він займає.

Керівнику необхідно вміти:

- ставити конкретні цілі;
- розставляти пріоритети;
- планувати робочий день і дотримуватися цього плану;

об'єктивно оцінювати отриманий результат.

Хороший керівник не боїться брати на себе відповідальність за невдачі свого підприємства, він не звалює провину на співробітників, він визнає, що не досить добре організував і мотивував підлеглих і шукає способи вирішення проблеми.

Імідж – це вигляд, тобто та форма життєрозуміння людини, завдяки якій “на людях” виставляються сильнодіючі особливо-ділові характеристики. Серед них пріоритетними слід визнати вихованість, ерудицію, професіоналізм – три кити, на яких надійно тримається імідж конкретної особи.

Існує кілька варіантів іміджу:

- дзеркальний – це імідж, властивий поданням людини про самого себе;
- поточний – цей імідж характерний для погляду з боку;
- бажаний – цей варіант іміджу відображає те, до чого ми прагнемо;
- корпоративний – варіант іміджу організації в цілому, а не якихось окремих підрозділів або результатів її роботи;
- множинний – цей варіант іміджу утворюється при наявності низки незалежних структур замість єдиної корпоративної структури;
- харизматичний – це імідж, якому приписується образ вождя, лідера;
- закритий – даний варіант іміджу цікавий тим, що кожен із споживачів може вписувати в нього ті риси, які сам вважає найбільш переконливими;

- міфологічний – імідж, під яким будемо розуміти поведінку лідера, які склалися в суспільстві як міф.

Під іміджем ділової людини зазвичай розуміють сформований образ, у якому виділяють ціннісні характеристики і риси, що роблять певний вплив на оточуючих. Імідж складається у ході особистих контактів людини, на основі думок, висловлюваних про нього оточуючими [2]. У зв'язку з цим, можна сформулювати такі основні компоненти іміджу ділової людини:

1. Зовнішній вигляд (манера одягатися);
2. Тактика спілкування (вміла орієнтація в конкретній ситуації, володіння механізмами психологічного впливу тощо);
3. Діловий етикет і протокол.
4. Етика ділового спілкування.

Для створення іміджу керівника слід дотримуватись таких рекомендацій:

1. Цілеспрямоване формування іміджу можливе шляхом спираючись на реальні характеристики особистості, а не за умови його цілком штучного створення, що стверджує необхідність індивідуального підходу до кожного керівника.

2. Створення іміджу ґрунтується не тільки на активізації реальних якостей керівника, які визнаються соціально бажаними в тій або іншій сфері, а й на знанні закономірностей, пов'язаних з процесом міжособистісного сприймання.

3. Елементи зовнішності, манер, одягу та інші невербальні компоненти комунікації, при цілеспрямованому формуванні іміджу комплексно входять до структури самопрезентації. Розвиток навичок самопрезентації у керівника, як можливості подати себе іншим людям сприяє більш адекватному сприйняттю керівника з боку оточуючих його людей.

4. При формуванні іміджу керівника необхідно враховувати очікування підлеглих щодо особистості управлінця, які істотно впливають на його образ.

5. Керівники вищої ланки управління, які створюють власний імідж, або їх іміджмейкери повинні враховувати роль засобів масової інформації (ЗМІ) при формуванні іміджу.

6. Створити позитивний та привабливий власний імідж – означає працювати не тільки на підвищення особистого статусу, але й на загальну ефективність організації. Тому, формуючи власний імідж, керівник формує імідж всієї організації. Позитивний імідж, який веде до емоційних реакцій довіри і, нерідко, симпатії, може сприяти більш швидкому процесу створення загальних інтересів і мотивувати інших як можна продуктивніше. Крім того, при всіх інших ситуативних умовах позитивний імідж дає більше гарантій для здійснення співробітництва, ніж конфронтації [3, с. 304-305].

Отже, менеджер повинен усвідомлювати, що якщо він прагне до успіху, то не може працювати в ізоляції, коли контактує з третьою стороною у сфері бізнесу або стикається із суспільством в цілому. Загалом він повинен створити собі такий імідж, який би його ідеально вплив у робоче середовище менеджера, без будь-яких розбіжностей і непорозумінь.

#### Список використаних джерел:

1. Петронговський, Р.Р. Стиль роботи та імідж керівника [Текст] : навчальний посібник / Р. Р. Петронговський. – Житомир : Полісся, 2008. – 348 с.
2. Опрелянська О. І., Рожнова Т.Є. Наукові підходи в управлінні навчальними закладами / О. І. Опрелянська, Т.Є. Рожнова // Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції". 2015. - С. 296-301.
3. Палеха Ю.І. Іміджологія. навч. посіб. / Ю.І. Палеха. – К. Вид-во Європейського університету. 2005. – 324 с.